



PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO EM
**ECONOMIA
SOLIDÁRIA**

OFICINA 15

Elementos de Comunicação do Empreendimento Social



Elementos de Comunicação do Empreendimento Social

Como Comunicar e Fortalecer Seu Projeto Solidário

Nesta cartilha, vamos aprender como a **comunicação** é essencial para o sucesso dos empreendimentos sociais. Uma boa comunicação não só divulga seus produtos e serviços, mas também fortalece a identidade, a credibilidade e a capacidade de gerar renda do seu projeto.

A Importância da Comunicação nos Empreendimentos Sociais

A comunicação funciona como uma ponte entre o seu empreendimento e a comunidade. É através dela que você compartilha seus valores, sua missão e o impacto positivo que gera. Veja por que ela é tão importante:

- **Visibilidade:** Permite que mais pessoas conheçam seu trabalho, seus produtos e serviços.
- **Credibilidade:** Ajuda a construir confiança com clientes, parceiros e apoiadores.
- **Fortalecimento da Identidade:** Deixa claro quem você é, o que defende e o que te diferencia.
- **Geração de Renda:** Uma comunicação eficaz pode aumentar as vendas e atrair novas oportunidades.

Exemplo: Imagine um grupo de mulheres que produz sabão ecológico. Ao contar sua história nas redes sociais e em feiras, mostrando como o produto ajuda o meio ambiente e gera renda para a comunidade, elas não só vendem mais sabão, mas também inspiram outras pessoas e fortalecem sua causa.

Estratégias de Marketing Social

O **marketing social** é diferente do marketing tradicional porque seu principal objetivo não é apenas o lucro, mas a **transformação social**. Ele usa

ferramentas de divulgação para promover valores solidários e o bem comum.

Principais estratégias de marketing social:

- **Contar Histórias (Storytelling):** Compartilhe as histórias reais do seu grupo, dos seus membros e do impacto que o empreendimento gera. As pessoas se conectam com narrativas autênticas.
- **Redes Sociais:** Use plataformas como Instagram, Facebook e WhatsApp para mostrar os bastidores da produção, o dia a dia do grupo e os resultados do trabalho.
- **Campanhas Temáticas:** Crie campanhas em datas comemorativas (Dia das Mães, Natal, Dia da Consciência Negra) para engajar o público e valorizar seus produtos.
- **Parcerias:** Busque parcerias com escolas, igrejas, associações do bairro e outras organizações para ampliar o alcance do seu trabalho.
- **Valorização da Identidade Local:** Mostre a cultura, os saberes e as tradições da sua comunidade através dos seus produtos e da sua comunicação.

Exemplo: Uma cooperativa de costureiras pode fazer uma campanha no Dia das Mães mostrando fotos das próprias trabalhadoras com seus filhos. Isso gera identificação e mostra o valor humano por trás do produto, aumentando as vendas e o apoio à causa.

Desenvolvendo o Conceito da Sua Marca e a Imagem dos Seus Produtos

O Conceito da Marca: O Coração do Seu Projeto

O **conceito** é a ideia principal que orienta toda a comunicação do seu empreendimento. Ele responde a perguntas fundamentais:

- **Quem somos?**
- **O que defendemos?**
- **O que entregamos às pessoas?**

Um bom conceito transmite valores como solidariedade, sustentabilidade e identidade local. Lembre-se, sua marca não é apenas um logotipo; ela envolve

cores, frases, a forma de falar e até como você apresenta seus produtos. O conceito deve ser simples, memorável e autêntico.

Exemplo: A marca **Justa Trama** tem como conceito "da semente ao produto final", mostrando que toda a cadeia do algodão agroecológico é solidária e sustentável. Isso comunica seus valores de forma clara e poderosa.



A Imagem de Produtos e Serviços: Gerando Confiança

A **imagem** é como o público percebe seus produtos e serviços. Ela é construída por diversos elementos:

- **Embalagem:** Bonita e, se possível, reciclável.
- **Apresentação:** Como seus produtos são expostos em feiras ou lojas.
- **Linguagem:** O tom e o estilo da sua comunicação nas redes sociais.
- **Qualidade das Fotos:** Imagens claras e atraentes dos seus produtos.
- **Atendimento:** A postura e a forma como você interage com os clientes.

Uma boa imagem gera confiança, credibilidade e diferenciação. Produtos bem apresentados valorizam o trabalho e atraem novos clientes. A **maturidade** do seu projeto aparece quando a imagem é consistente, ou seja, o cliente reconhece e confia na sua marca.

Exemplo: Um grupo que faz pães caseiros começou a embalar seus produtos com etiquetas personalizadas e a postar fotos padronizadas nas redes sociais. As vendas aumentaram porque os produtos passaram a transmitir mais profissionalismo e cuidado.



Para saber mais:



Referências Bibliográficas:

- **Singer, Paul.** *Introdução à Economia Solidária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002. (Aborda a importância da comunicação e dos valores na economia solidária).
- **Kotler, Philip; Roberto, Ned.** *Marketing Social*. Bookman, 1992. (Um clássico sobre o tema, fundamental para entender a comunicação com

foco social).

- **ANTEAG.** *Cartilha de Cooperativismo e Economia Solidária*. Brasília: Anteag, 2019. (Material prático sobre comunicação e gestão em cooperativas).
- **Sebrae.** *Marketing Digital para Pequenos Negócios*. (Material que oferece dicas sobre como usar as ferramentas digitais para divulgar seu empreendimento).



Filmes e Vídeos Sugeridos:

- **Vídeo:** Marketing social: o que é? Funciona mesmo?
- **Vídeo:** Oficina: "Como Contar Histórias de Impacto Social"
- **Documentário:** Documentário sobre o movimento de Economia Solidária - Claudio Nascimento